Sobre el arte de cada día. Introducción a la estética radiofónica

1.- Ideas preliminares sobre estética

Ubicados en esta dimensión podemos entrar en un enorme debate, entre quienes ven que lo más importante es el proceso de creación, de qué manera se hace, como se participa y cómo se elabora, quedando el producto final relegado a la idea de “así fue que salió”, o “pero lo importante es el proceso”, y los que se ubican más en el producto final no importando cual ha sido el camino para llegar a ese punto. Sin embargo el proceso y la realización final poseen una correspondencia vital, un proceso que no lleve a nada, a una forma de organización, o a una propuesta comunicativa, es sencillamente un conjunto de actividades aisladas de un contexto, de un antes, un durante y un proyecto.

> La discusión aún no está saldada. Como una vieja rémora positivista, todavía existen espacios o conciencias en los cuales la preocupación por las formas simbólicas no compensa en interés por “lo racional”. Persiste allí la convicción de que el pensamiento científico es intrínsecamente superior a las otras formas de expresión simbólica, y que los hechos materiales son los únicos aceptables.
>
> De este modo, se expulsa del olimpo a las ideas, emociones y valores. Aceptar ese desalojo haría imposible el estudio del arte en general y del radiofónico en particular. (Haye)

También el concepto y la idea de la estética han evolucionado y es vista desde diferentes perspectivas, desde quienes lo acercan más al tema de las emociones y del placer sensorial, hasta quienes la ubican en el plano de la publicidad, donde se termina comprando un envoltorio en vez del producto necesario. Nos podemos encontrar conceptos y definiciones bien complejas por el camino, como las de Hegel, Kant y Umberto Eco, pero hay otras sencillas que nos pueden servir para trabajar el tema desde la perspectiva radiofónica.

Desde la perspectiva de la radio popular o comunitaria en la que circunscribe el proyecto de ALER, la visión de la radio que queremos, nos acerca más a las conceptualizaciones de la estética como sentido, como creación sensible que tiene por objetivo principal conmover, llegar al otro y provocarlo, afectarlo o inquietarlo: “La comunicación, como un espacio de creación de sentidos, es también una dimensión de la creación cultural, que está constituida por prácticas comunicativas que permiten entender la producción y transacción de significados en la interacción social”. Aler. 2005.

En este documento Aler se aproxima a una reflexión sobre el aspecto colectivo de lo estético, no vista solamente desde la perspectiva artítico-individual, sino como una construcción social en continua creación y recreación. En este sentido el arte no es algo estático o una simple repetición o reproducción de formas y sentidos sino la representación misma del poder de la naturaleza y el ser humano para crear formas.

> Entramos en una verdadera combinación de elementos que van directo a los sentidos y que vienen dados desde la creación de los sentidos, desde la política informativa, desde la perspectiva y los objetivos de determinados programas o producciones seriadas, cuñas o campañas. El arte acústico combina por tanto el arte de hablar, los efectos sonoros, la música, los ambientes, y estos en armonía con la zona y la región donde se emiten los mensajes. La elaboración de sentido en el texto radiofónico debe estar impregnado de los gustos, de la música, las voces y los ambientes de la localidad.
>
> Dice Mucorosky que el significado estético se encuentra impreso en la conciencia colectiva y lleva a grupos humanos que comparten la misma cultura en un determinado tiempo, a sentir placer perceptual ante determinados objetos visuales o acústicos. Si bien es cierto que existen significados estéticos personales que no coinciden con los colectivos eso no modifica la conciencia colectiva al menos en muy largos períodos de tiempo. (Sanguineti. 2001)

De esta manera podríamos reconocer una especie de redes de propagación de experiencias perceptibles colectivas que se propagan por la tradición oral, visual o kinestésica. En este mismo sentido apuntaba Mauss citado por Eyot (1980:11) “Un objeto de arte es un objeto reconocido como tal por el grupo”. Este reconocimiento se produce en un espacio cultural determinado. Pero lo individual como proceso creativo es tan valioso como los procesos colectivos o de creación colectiva, aunque los individuales en nuestros tiempos se propagan con una enorme rapidez especialmente algunos productos culturales que entran en circuitos de consumo. Aunque veamos los procesos de creación como procesos colectivos que implican una organización, un espacio de desarrollo, un reconocimiento, un tiempo y una sustentabilidad social y económica, tampoco podemos perder de vista esos procesos creativos individuales que se desarrollan en los diferentes ámbitos de producción de mensajes ya que ni siquiera los procesos más individuales dejan de ser colectivos.

2.- Estética y creatividad

2.1.- El proceso creativo

2.2.- Condiciones para el proceso creativo
2.3.- Porceso y producto

3.- Elementos para una estética radiofónica
3.1.- La construcción del mensaje
3.2.- El lenguaje radiofónico
3.3.- La palabra
3.4.- Los sonidos
3.5.- El montaje
3.5.- La radio en vivo

Son los elementos que componen el discurso de la r dio (música, palabras, efectos sonoros, silencios...) y que, al igual que en el caso del simbolismo discursivo, también expresan significados. Con el agregado de que, además de los mensajes concretos, ponen en juego una rica tonalidad de connotaciones y sensaciones. (Haye)

En la palabra, el sonido es como la tierra madre, de la que el arte hablado nunca puede prescindir , a pesar de que llegue tan lejos que pierda su sentido. Pero este sencillo instinto que permite utilizar las cualidades sensibles del material creativo se echa de menos en muchos de los actuales directores de teatro y de obras radiofónicas, ya sea por falta de capacidad, ya sea porque creen que de este modo sirven mejor al sentido de la palabra prescindiendo de la entonación. Es notable la aversión que sienten muchos directores y autores de obras radiofónicas hacia los tonos que salen del corazón... (Arheim. 1979:25)

Referencias bibliográficas:

Aler. 2005. **Primera síntesis de las reflexiones habidas sobre el proyecto político comunicativo de aler**. Quito

Fuenmayor, Víctor. 1999. **El cuerpo de la obra**. Universidad del Zulia.

Hauser, Arnold. 1977. **Sociología del arte. 3. Dialéctica de lo estético.** Guadarrama. Barcelona.

Eyot, Yves. 1980. **Génesis de los fenómenos estéticos**. Blume. Barcelona.